

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Internet gratuit

Dusollier, Séverine

Published in:
Ubiquité

Publication date:
1999

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):
Dusollier, S 1999, 'Internet gratuit: un pari ?', *Ubiquité*, Numéro 3, p. 7-9.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Internet gratuit : un pari ?

A. Lefebvre, S. Dusollier et Fl. de La Vallée

De nombreuses offres d'accès gratuit à Internet sont apparues en Belgique ces derniers mois et, dans un monde où tout se paie, il nous a semblé légitime, chers lecteurs, de nous interroger sur les ambitions de tels projets, le modèle financier sous-jacent ainsi que leur avenir à moyen terme.

L'objectif poursuivi par ces entreprises privées qui, à grand renfort médiatique, se lancent dans l'offre d'un service d'accès gratuit à Internet, est clairement de faire du profit. Il s'agit de chaînes de magasins qui espèrent stimuler leurs ventes par le biais du commerce électronique en attirant les Internautes sur leur site, de banques qui tentent de développer l'accès en ligne à leurs services ou encore de providers qui voient dans ce marché l'opportunité de dégager un surplus des recettes sur les coûts, ... Toutes ces entreprises veulent se placer à temps sur ce marché prometteur dont les enjeux financiers s'annoncent énormes. Et, dans cette perspective, l'accès gratuit à Internet n'est pas un but en soi mais un moyen de faire entrer Internet dans la vie des gens et dans l'économie, l'important étant de générer un nouveau besoin.

Du côté des providers, il est entendu que l'accès gratuit à Internet génère des coûts, le plus important étant le dimensionnement de leur réseau. Acheminer le trafic d'un Internaute en plus n'entraîne pas de coût supplémentaire pour le provider, mais la multiplication exponentielle des Internautes et donc du trafic les oblige à augmenter la capacité de leur réseau régulièrement sous peine d'engorgements. Les dépenses en marketing doivent permettre au provider de se positionner sur le marché et un personnel suffisant est nécessaire, notamment pour assurer un service d'assistance aux Internautes (cependant partiellement auto-financé par la taxation des appels).

Le financement des projets est basé sur différentes sources. Actuellement, les rétrocessions liées à l'interconnexion assurent la moitié des rentrées des fournisseurs d'accès. Vient ensuite le commerce électronique : il ne s'agit pas seulement de commissions sur des ventes, insignifiantes pour l'instant, mais également d'hébergement de sites, de ventes et de mise en service de plateformes de commerce électronique. La publicité et le sponsoring représentent aussi une source de financement non négligeable.

On voit de suite la difficulté à laquelle Skynet, filiale de Belgacom avec 50% du marché, fait face: connectée au réseau de Belgacom, elle ne bénéficie pas des rétrocessions liées à l'interconnexion. Il est cependant urgent que Skynet se positionne sur ce marché de l'accès gratuit. Une solution créative va devoir être mise en place: on pourrait imaginer que Skynet bénéficie de rétrocessions calculées sur des charges d'interconnexion "virtuelles", de façon à bénéficier des mêmes rentrées que les autres providers.

Si le modèle économique mis en place par les fournisseurs d'accès gratuit à Internet semble à première vue tenable, différentes questions se posent quant à son évolution. Premièrement, les rétrocessions liées à l'interconnexion ne permettront pas durablement d'assurer le financement des providers: celles-ci sont directement liées aux tarifs d'interconnexion dont la tendance est résolument à la baisse. D'autre part, Belgacom cherche activement un moyen de réduire le paiement de ces charges, par exemple en essayant d'introduire une distinction entre le trafic voix et le trafic données. Dès à présent les fournisseurs d'accès doivent en tenir compte et envisager un modèle de financement évolutif: l'offre de nouveaux services, par exemple la téléphonie via le réseau Internet, représente pour eux une opportunité dans ce sens. Les providers ont également la possibilité de développer, à côté de l'accès gratuit, un accès payant à Internet: il s'agit de l'offre de solutions adaptées aux besoins et exigences de la clientèle professionnelle essentiellement. Accès dédié à chaque utilisateur, bande passante importante, rapidité, absence de publicité, ... la qualité supérieure d'un tel service devrait justifier le paiement d'un abonnement, surtout s'il s'agit d'un outil de travail. C'est ainsi qu'on peut expliquer la co-existence à terme d'un accès payant à Internet, à côté du développement de l'accès gratuit, comme on peut le constater en Grande-Bretagne. L'offre des câblo-opérateurs est à envisager dans cette perspective: elle se caractérise par une bande passante importante, ce qui garantit qualité et rapidité.

Deuxièmement, la concurrence importante à laquelle se livrent les fournisseurs d'accès gratuit pour augmenter leur base de clientèle, élément déterminant pour l'obtention de contrats publicitaires et le développement du commerce électronique, devrait les inciter à étoffer toujours plus leur offre de services et à se différencier par la qualité, au grand bénéfice du consommateur. En présence d'un service gratuit, c'est en effet la qualité qui devient l'élément-clé sur base duquel les consommateurs basent leur choix. Il existe aujourd'hui des providers qui paient les Internautes pour les heures qu'ils passent sur le web: ces dépenses dans leur chef, au même titre que les dépenses en marketing, réduisent l'enveloppe disponible pour améliorer la qualité du réseau.

Enfin, les fournisseurs de services vont devoir se positionner par rapport à la protection des données personnelles qu'ils collectent. Si certains se réservent le droit de vendre ces informations, d'autres considèrent leur base de données comme un fonds de commerce dont ils entendent faire un usage exclusif. Leur attitude à cet égard pourrait être déterminante sur le choix des Internautes pour l'un ou l'autre fournisseur de service: l'utilisateur final doit être satisfait du service, sans quoi il s'adressera à un concurrent.

En l'état actuel des choses, l'accès gratuit à Internet nous semble être un double pari. Sur la mentalité des Belges d'abord: vont-ils saisir l'opportunité qui

se présente à eux de "faire connaissance" avec le réseau des réseaux? Vont-ils se lancer dans le commerce électronique, sachant que les transactions ne sont pas parfaitement sécurisées? Leur participation active est importante pour permettre la survie du service. L'accès gratuit à Internet constitue aussi un pari sur la capacité des providers, d'une part, à s'adapter à leur environnement changeant de manière à survivre financièrement et, d'autre part, à rendre leur offre attractive tant en ce qui concerne les services proposés et la qualité de l'accès qu'en matière de protection de la vie privée des Internautes.

Si, comme l'explique Karel Uyttendaele, manager du département "Technologies de l'information" de Fabrimétal, il existe bien "une corrélation frappante entre le taux de connexion général d'un pays et son dynamisme entrepreneurial dans le secteur du numérique, appelé à peser d'un poids croissant sur les économies", l'apparition des offres d'accès gratuit à Internet représente une opportunité à saisir pour faire un grand pas dans la Société de l'Information. Soulignons encore que ce service, accessible à tous, résulte d'initiatives privées, sans intervention des pouvoirs publics. Deux limites importantes doivent néanmoins être formulées quant à l'accès de tous au réseau des réseaux: deux tiers des ménages belges ne sont pas équipés d'un PC d'une part, et, d'autre part, le coût des communications entraîné par l'usage d'Internet peut sembler excessif pour de nombreux consommateurs. Sur ce dernier point, les pouvoirs publics pourraient peut-être intervenir: veiller à ce que Belgacom, toujours en position de monopole sur le marché de l'accès au consommateur final, n'abuse pas de ce pouvoir de marché en pratiquant des tarifs trop élevés.

Alors, à bon entendeur

A. Lefebvre, S. Dusollier et Fl. de La Vallée
Directeurs de la Revue Ubiquité